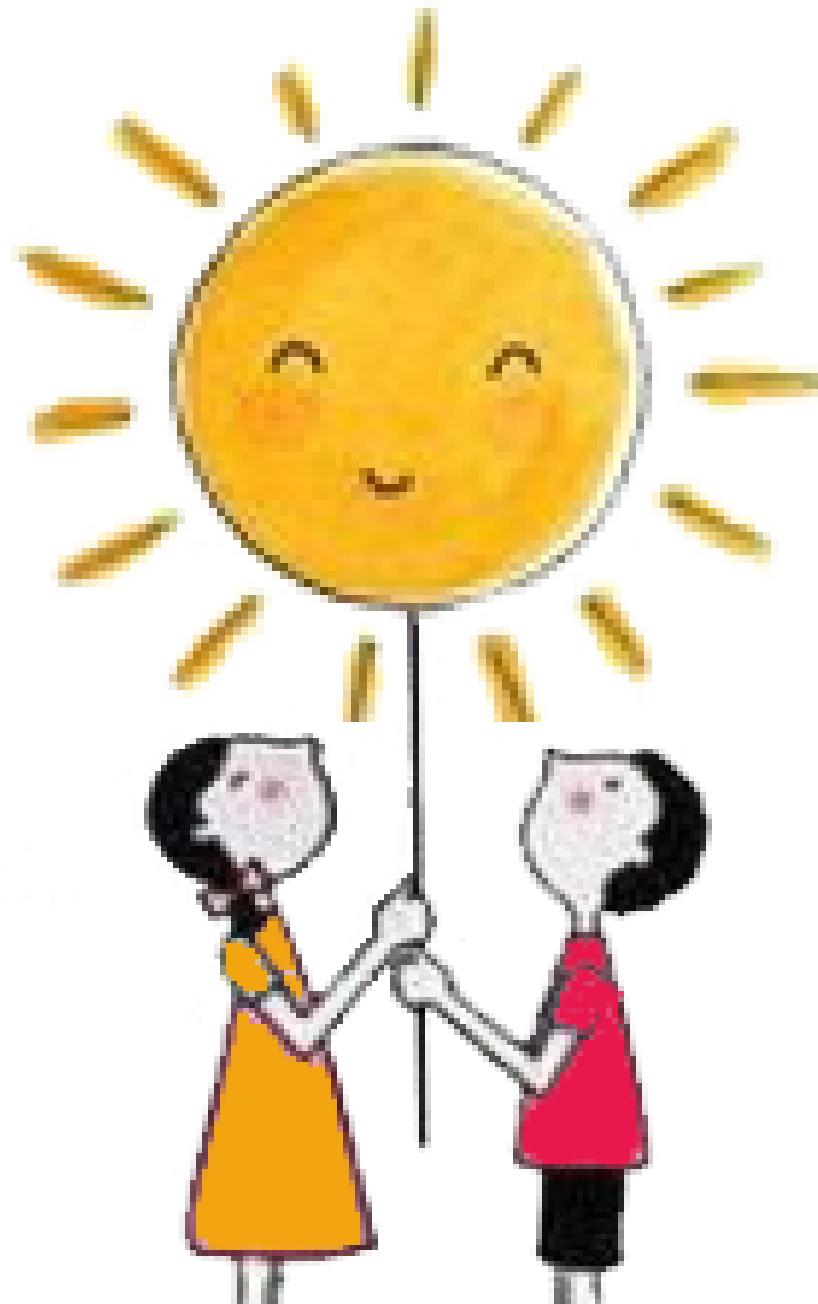


Développement personnel

LE SYNDROME DE L'OBJET BRILLANT



fan de nouveauté

Le syndrome de l'objet brillant c'est la tendance à chercher systématiquement la **nouveauté**, au lieu de rester satisfait et concentré sur ce qu'on a (ou ce qu'on fait) déjà.



quand nouveau = séduisant

C'est la nécessité **d'appartenance sociale** et le mimétisme qui peuvent nous rendre victime du syndrome de l'objet brillant :

- le besoin compulsif d'avoir le nouvel iPhone ou d'aller voir le dernier spectacle tendance,
- en entrepreneuriat, c'est le besoin constant de faire une nouvelle formation, d'avoir un autre site, ou un nouvel outil marketing, ou encore adopter la dernière stratégie magique.



le mécanisme

Ce sont nos **peurs et/ou nos croyances** qui nous font toujours craindre de passer à côté de quelque chose d'important (qui aiderait à booster notre business par exemple), qui font qu'on est constamment attiré par la nouveauté des idées, des objets, tout ce qui nous fait rêver et sur lequel on mise beaucoup.



une course sans fin

Sauf que la nouveauté ne reste pas longtemps nouvelle et perd rapidement de son attrait, on s'en lasse pour être attiré par un nouvel objet brillant.

Le gros problème c'est la dispersion : on ne va jamais au bout des choses, on procrastine, on s'épuise, on abandonne. Bref, on perd du **temps**

Et de **l'argent** : ce changement permanent a un prix qu'on fini par payer très cher.



concrètement

- identifiez s'il s'agit vraiment d'un besoin et non pas d'une simple envie,
- laissez un temps de réflexion avant de vous jeter dans la nouveauté
- dites-vous que nouveau n'est pas meilleur à coup sûr, que les nouveautés vieillissent et sont remplacées par d'autres nouveautés
- ne vous détournez pas systématiquement de vos outils quotidiens
- restez prudent face à l'appel du marketing



**Un grand merci pour vos likes et vos partages
qui nous soutiennent tous les jours !**



www.eb-consult.fr